



**Nombre de alumna: Ana Cristina  
Jiménez Espinosa**

**Nombre del profesor: C.P. Julio Cesar  
Méndez Gómez**

**Nombre del trabajo: Mapa conceptual**

**Materia: Plan de Negocio**

**Grado: 7°**

**Grupo: Administración de Empresas**

# ELABORACIÓN Y DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS

## Descripción de le empresa

Una empresa también se puede definir como una unidad formada por un grupo de personas, bienes materiales y financieros, con el objetivo de producir algo o prestar un servicio que cubra una necesidad y por el que se obtengan beneficios. La descripción es un discurso (oral o escrito) que detalla y explica las características de un lugar, persona, animal, cosa o situación.

### Descripción de una empresa Por ejemplo:

- Nombre de la empresa.
- Resumen.
- Historia.
- Equipo de trabajo.
- Filosofía y visión.
- Ubicación y contacto.
- Información económica y financiera.
- Productos o servicio

### Descripción general del negocio

Es una descripción general de la misma que destaca información importante como la historia de la organización, su ubicación, la declaración de su misión, el personal directivo y la estructura jurídica (si procede).

### Por ejemplo la descripción de tu empresa.

- Resumen.
- Historia.
- Equipo directivo.
- Misión, Visión y Valores.
- Información económica y financiera.
- Análisis de la industria.
- Productos o servicios.
- Usar las palabras adecuadas.

## Misión

La misión es el conjunto de objetivos generales y principios de trabajos para avanzar en una organización es una razón principal por la cual esta existe, es decir, cuál es su propósito u objetivo y cuál es su función dentro de la sociedad.

### Por ejemplo:

"Mi misión es ser una persona exitosa en mi carrera y contribuir positivamente a la sociedad a través de mi trabajo y acciones cotidianas.

## Visión

La visión de una empresa es el propósito que esta desea conseguir o el sitio donde le gustaría encontrarse en el futuro. Dicho de otro modo, es la visión que las personas de una empresa tienen de esta a largo plazo. También hace referencia a la manera en la que la empresa pretende alcanzar esta meta Acción y efecto de percibir algo con los ojos a través de la luz que, reflejada en los objetos, impacta en ellos.

### Por ejemplo

"Mi visión es ser un líder de proyecto honesto, empático y ser reconocido internacionalmente dentro de mi industria

## Objetivos generales de la empresa

Es el elemento escrito en donde determinas la meta general que quieres lograr con tu marca

### Clasificar en cuatro tipos de categorías:

- Objetivos de tiempo. Objetivos a largo -plazo.
- Objetivos de rendimiento.
- Objetivos cuantitativos y cualitativos.
- Objetivos orientados a resultados o a procesos.

## Factores claves de éxito

Son muchos los estudios que identifican aspectos clave de la personalidad, las capacidades y competencias del emprendedor que contribuyen a alcanzar el éxito en un proyecto de emprendimiento.

### Factores que influyen de forma determinante en el éxito de un negocio

1. Perseverancia.
2. Pasión.
3. Determinación.
4. Visión.
5. Flexibilidad.
6. Creatividad.
7. Sociabilidad.
8. Buena Comunicación
9. Educación.

## Análisis FODA

El análisis FODA es una técnica utilizada para evaluar el desempeño de una organización en el mercado y se utiliza para desarrollar estrategias comerciales efectivas.

**-Fortaleza:** Las fortalezas representan los factores positivos de una organización que se pueden controlar. Estos se pueden analizar dividiendo a la organización por elementos, como por ejemplo, ventas, finanzas, marketing, investigación, desarrollo, y otros elementos estructurales.

**-Oportunidades:** Las oportunidades evalúan los elementos atractivos de un mercado que pueden contribuir a que las organizaciones puedan obtener más ganancias. Estos son externos al entorno de una organización.

**-Debilidad:** Las debilidades son aquellos elementos del negocio que aún necesitan una gran cantidad de mejoras y que están afectando a la organización en más de una forma.

**-Amenazas:** Las amenazas indican aquellos factores que pueden causar daño a las estrategias de mercadotecnia existentes en una organización y también pueden eventualmente conducir a pérdidas comerciales.

## Mercadotecnia e imagen

La imagen de marca se compone de un conjunto de elementos tangibles e intangibles que representan los valores que la rúbrica quiere transmitir a los consumidores.

Estos elementos pueden ser el nombre, el logo, el color corporativo, el diseño o los contenidos que genera la empresa para transmitir los valores que les caracterizan.

## Investigación de mercados

La investigación de mercados es la herramienta para la identificación, acopio, análisis, difusión sistemático de la información de mercados con el fin de mejorar la toma de decisiones estratégicas.

## Análisis de mercado

Se llama análisis de mercado al proceso de recopilar información necesaria sobre el sector en el que tu empresa participa o al que quiere integrarse

También es un proceso realizado para indagar en las preferencias de potenciales compradores o interesados en un producto o servicio para tener un panorama claro que garantice la toma de decisiones acertadas.

## Mercado potencial

El mercado está formado por todos los consumidores o compradores potenciales de un producto. El tamaño de este, desde una perspectiva, guarda una estrecha relación con el número de compradores que existirían para una oferta

## Mercado meta

Es el colectivo de clientes ideales al cual destinas tu producto o marca

### Estrategias de Mercados meta:

- Enfoque de un solo segmento.
- Enfoque Selectivo de mercado.
- Enfoque Masivo.
- Especialización del producto.
- Especialización del mercado

## Precio

El precio es el pago o recompensa que se asigna a la obtención de bienes o servicios o, más en general, a una mercancía cualquiera. A pesar de que tal pago no necesariamente se efectúa en dinero los precios son generalmente referidos o medidos en unidades monetarias

## Políticas de precio

Conjunto de principios para fijar un determinado valor a los bienes y servicios, la empresa carga el mismo precio a todos los tipos similares de clientes que compren cantidades parecidas del producto en las mismas circunstancias. Esta política hace que el cliente confíe en el vendedor.

## Estrategias de introducción al mercado

Busca obtener un mayor dominio en un mercado en el que ya tiene una oferta. Una estrategia de marketing es el proceso que permite que una empresa se centre en los recursos disponibles y los utilice de la mejor manera posible para incrementar las ventas y obtener ventajas respecto de la competencia. Las estrategias de marketing parten de la base de los objetivos de negocio de la empresa

## Tipos de estrategias de marketing

- Estrategias de segmentación.
- Estrategias en relación con la competencia.
- Estrategias de posicionamiento de marca.
- Estrategias de penetración en el mercado.
- Estrategias de cartera o de eliminación de productos.
- Estrategias de marketing digital.
- Estrategias de marketing de contenidos

## Publicidad y promoción

Promoción son todas las estrategias de divulgación del producto para alcanzar el público objetivo. La publicidad es una de ellas, pero también puede envolver acciones de asesorías de imprenta, relaciones públicas, patrocinios, entre otros

La publicidad en la promoción:  
La publicidad es llegar a la mayor cantidad de clientes que permita influir en su conciencia, actitud y comportamiento al momento de realizar una compra.